

Cinco expertos en ventas cuentan cómo utilizan LinkedIn y Sales Navigator para realizar ventas

Con la suspensión de las reuniones presenciales, los viajes y las conferencias, los profesionales de ventas destacan diferentes maneras de conectar con los compradores. Desde casa, con sus computadoras portátiles, recurren a la venta virtual, y algunos siguen buscando los métodos más eficaces para comunicarse en línea con los compradores.

Con esto en mente, recurrimos a nuestra comunidad de clientes y expertos en ventas para averiguar cómo utilizan LinkedIn y LinkedIn Sales Navigator para potenciar la capacidad de los profesionales de ventas, fortalecer las relaciones y captar nuevas oportunidades.

Potenciar la capacidad de los profesionales de ventas

"Este es un momento excelente para invertir en el desarrollo personal y profesional realizando cursos virtuales. De hecho, Tamara Hendricks de LinkedIn ofreció el curso "Lúcete con tu perfil" para que toda nuestra fuerza de ventas aprendiera nuevas maneras de mejorar su presencia en las redes sociales y de mostrar quiénes son. Creo que esta es una gran oportunidad para concentrarnos en el desarrollo personal. El contenido y los cursos de LinkedIn permiten adquirir aptitudes que resultarán valiosas en el futuro."
— Irina Soriano, responsable de Formación, Seismic



“Creo que LinkedIn se está utilizando mucho más que antes de la cuarentena. Es una plataforma muy eficaz para estar en contacto con los demás, algo que todos ansiamos. Por otra parte, creo que son cada vez más las personas (en especial, profesionales de ventas hábiles) que utilizan LinkedIn y LinkedIn Learning para aumentar y desarrollar sus aptitudes.”
— Anita Nielsen, presidenta, LDK Advisory Services

“Hemos observado un aumento en la cantidad de empresas que piden ayuda para comprender, implementar o maximizar el uso de los canales digitales, como LinkedIn y Sales Navigator. Tanto las empresas como las personas que se han resistido a la transformación digital por años ya no pueden negarse. LinkedIn siempre ha sido un pilar importante de mi abordaje a la venta y, en la situación actual, ha pasado a tener un rol decisivo.”
— Robert Knop, director ejecutivo, Assist You Today

“La rápida adopción de las conversaciones puramente virtuales y remotas ha atraído mucha atención hacia LinkedIn. Ha acelerado la necesidad de ofrecer un mensaje en línea claro e interesante que apoye las conversaciones fuera de internet. Los profesionales de ventas no pueden decir que están demasiado ocupados para prestar atención a LinkedIn cuando es una de las únicas herramientas que pueden utilizar. Es un buen momento para reexaminar tu perfil y asegurarte de que esté orientado al cliente, a sus inquietudes actuales y a las oportunidades que ofrece.”
— David J.P. Fisher, presidente, Rockstar Consulting

“Estoy enseñándoles a mi equipo y a otros representantes de ventas los múltiples beneficios de Sales Navigator. El componente clave de LinkedIn Sales Navigator es la creación de listas. En mi opinión, es una de las funcionalidades más importantes de Navigator. Creo que los equipos de ventas no le prestan suficiente atención. Si puedes, crea una lista de tus clientes anteriores, tus regiones objetivo y las empresas en las que quieres explorar oportunidades. Como representante de ventas, tendrás una lista eficaz para buscar clientes potenciales ahora y en el futuro.”
— Morgan Ingram, director de Ejecución y Evolución de Ventas, JB Sales Training

Fortalecer las relaciones existentes

“El actual entorno de ventas no requiere necesariamente más empatía, sino ser en verdad sensibles. Al principio de tus conversaciones, dedica más tiempo a conectarte con la persona. Haz preguntas para indagar cómo está manejándose en estos tiempos tormentosos, tanto en el ámbito personal como en el institucional. Deja que te hable de las oportunidades y también presta atención a los signos que indiquen que tal vez sea mejor hacer una pausa antes de proseguir. No importa cuál haya sido tu abordaje a la venta antes del coronavirus: hoy la clave es interactuar con tus clientes actuales y tus posibles clientes a nivel humano.”
— David J.P. Fisher, presidente, Rockstar Consulting

"Hoy, más que nunca, los profesionales de ventas tienen que hacer todo lo posible por centrar su propuesta en las metas, los objetivos, las necesidades y los deseos de sus clientes. Aunque la "venta agresiva" tal vez haya dado resultado en el pasado, hoy será contraproducente. Ante el estado de incertidumbre y temor paralizante, como el que genera la crisis por la pandemia, la mayoría de los clientes adoptará una actitud austera. Los posibles clientes querrán cuidar sus recursos y su dinero hasta sentirse a salvo. Como profesional de ventas, antes de mencionar siquiera tu producto o solución, tienes que identificar los temores de los clientes y lo que puedes hacer para ayudarlos a sentirse seguros. No trates de ser "vendedor": sé un ser humano solidario, un mentor, un guía o una red de apoyo. Si puedes brindar a los compradores apoyo constante y transmitirles seguridad y esperanza, te ganarás el derecho a iniciar una conversación de ventas cuando la situación mejore. LinkedIn es una herramienta magnífica para compartir información y contenido relevante con tus clientes y mostrarles que estás pensando qué cosas podrían resultarles útiles. Si eres sincero y coherente, no dudarán en elegirte cuando llegue el momento. Nadie más los habrá tratado con tanto cuidado, compasión y empatía."
— Anita Nielsen, presidenta, LDK Advisory Services

"Usa LinkedIn y Sales Navigator para estar presente en tu red, publica contenido que sume valor e interactúa con el contenido de otros usuarios. Muchas personas hablan de dificultades que tenían antes de esta "nueva normalidad", pero que ahora se han exacerbado. Esa información será valiosa cuando las cosas vuelvan a la normalidad. Si puedes ayudar ahora, hazlo, pero debes ser sutil y cuidar la relación. Cualquier intento de contacto no solicitado o de venta agresiva es desaconsejable en este momento."
— Robert Knop, director ejecutivo, Assist You Today

Captar nuevos negocios

"Prestaría atención a la pestaña "Posibles clientes que siguen tu empresa" en Sales Navigator y comenzaría la búsqueda desde allí. Estos posibles clientes ya están familiarizados con tu nombre y te resultará más sencillo entablar conversaciones con ellos."
— Morgan Ingram, director de Ejecución y Evolución de Ventas, JB Sales Training

"La capacidad de crear listas de empresas o de posibles clientes en Sales Navigator permite a los representantes de ventas encontrar personas adecuadas con quienes conectarse y contarles historias interesantes a quienes realmente las escucharán. Esta funcionalidad y la posibilidad de compartir listas personalizadas con compañeros de trabajo y con otros equipos son herramientas invalorables para generar comunicaciones más significativas."
— Irina Soriano, responsable de Formación, Seismic

"Presta atención a quienes visitan tu perfil. Usa la funcionalidad "Quién ha visto tu perfil" para ver quiénes lo visitan y comunicarte con esas personas para entablar una conversación."
— David J.P. Fisher, presidente, Rockstar Consulting



"Cuando los profesionales de ventas utilizan LinkedIn para captar clientes potenciales (es decir, para enviar mensajes en la plataforma), sus posibilidades de obtener respuesta aumentan si el posible cliente se identifica con su marca y su voz en LinkedIn. La gente le compra a la gente, y lo hace guiada por emociones, en especial, cuando se siente atemorizada o abrumada, como sucede en esta pandemia. Los profesionales de ventas deben compartir ideas, información y su voz única a través de LinkedIn para que los posibles clientes puedan comprenderlos mejor como personas."
— Anita Nielsen, presidenta, LDK Advisory Services

¿Buscas más recursos para ser un as de la venta virtual? Aquí hay algunos:

- La venta virtual se ha acelerado y podría permanecer cuando pase la pandemia (en inglés) - Adweek, entrevistas con Irina Soriano y Robert Knop
- Cómo pueden los profesionales de ventas crear videos rápida y fácilmente para las redes sociales (en inglés) - David J.P. Fisher
- Cómo establecer la identidad de tu marca (en inglés) - Anita Nielsen
- Viejas aptitudes, nueva herramienta: Cómo empezar a vender en LinkedIn (en inglés) - Robert Knop
- Cómo usar LinkedIn más allá de la venta en redes sociales y utilizarla como un medio para escuchar de verdad (en inglés) - Morgan J Ingram

Judy Tian
Responsable de marketing | Modesta. Ávida. Feliz

Artículo publicado originalmente en inglés en https://www.linkedin.com/business/sales/blog/sales-navigator/how-5-sales-experts-are-using-linkedin-and-sales-navigator-for-virtual-selling



